

Н.О. Лисак, канд. пед. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ У ЗВО

Економічна культура – це стала система цінностей, культурних еталонів, традицій, соціальних звичок та умінь, які відтворюють найпоширеніші в суспільстві зразки й моделі діяльності та поведінки людини, що реалізуються у сфері соціоекономічних відносин. Необхідно відмітити, що вона є складовою вищої освіти і спрямована на підвищення ефективності підприємницької діяльності. Як зазначає Л.І. Кицкай, «для її раціонального функціонування необхідне підвищення професійного й морального рівня суб'єктів підприємництва, щоб забезпечити ефективну і якісну організаційну та управлінську діяльність. При цьому необхідно поєднувати високу професійну компетентність із умінням організувати справу, бути достатньо діловими, перспективно мислячими, енергійними, наполегливими й ініціативними в роботі, оскільки від підприємців очікують високої громадянської зрілості, глибоких фахових знань, здатності забезпечити предметність, конкретність й оперативність в організації та управлінні, тобто високого професіоналізму. З метою підвищення фахового рівня та економічної культури суб'єктів підприємницької діяльності виникає потреба у вивченні та розробці інтерактивних форм і методів навчання у вищій школі».

Практичний досвід роботи свідчить, що формування економічної культури суб'єктів підприємницької діяльності відбувається на заняттях з «Етики бізнесу», при вивченні «Економіки праці», «Соціології» та інших дисциплін. Саме тому економічну культуру сьогодні розглядають як інтегроване явище, результатом і процесом поєднання економічного і соціального аспектів людської життєдіяльності. При вивченні особливостей економічної культури на заняттях суттєве значення викладачами приділяється реалізованим у ній моделям економічної поведінки. Зокрема, в європейській культурі XVIII–XIX ст. найпоширенішим в етико-економічних уявленнях був «накопичувальний» стиль економічної поведінки, який вимагав від людини певних якостей – чесності, працелюбства, самопожертви заради справи. А. Боярцева виділяє три стилі економічної поведінки, наявні в економічній культурі:

1) стиль, за якого акцент роблять не на збереженні та економії засобів з метою їхнього раціонального використання, а на особистому накопиченні і бажанні максимального комфорту та стабільності;

2) стиль права сили, коли порядність і самовіддача заради справи вважалися слабкістю, а раціоналізації ведення справи протиставлялася експлуатація ресурсів;

3) стиль, за якого метою було купити подешевше, а продати чи проміняти подорожче.

З початком ХХ ст. на Заході формується нова модель економічної культури. На думку Е. Фромма, вона була початком появи поряд з товарним ринком «особистісного» ринку». Суть особистісного ринку полягає в тому, наскільки добре людина вміє продати себе на ринку, наскільки приваблива її «упаковка». Тепер, щоб досягти успіху, мало володіти розумом, майстерністю і порядністю. Успіх залежить від здатності вступати в конкурентну боротьбу з подібними собі. Отже, у людини формується певна установка щодо себе. Оскільки успіх залежить від того, наскільки людина вміє себе «продати», то вона сприймає себе як товар або продавець на особистісному ринку. Якщо особистість є успішною – вона в ціні, якщо ні – її діяльність не ціниться. Відповідно до цього, економічна культура суспільства несе в собі образ «людини економічної», в якому міститься відповідь на запитання про можливі й необхідні якості особистості, зумовлені потребами конкретно-історичної соціально-економічної системи суспільства.

Спираючись на філософські вчення і модель «економічної людини», необхідно зазначити, що сформована економічна культура в економічних вищих найбільшою мірою буде впливати на процес господарювання в ринкових умовах. Це дасть змогу фахівцям на високому рівні вирішувати соціально-економічні питання, приймати управлінські рішення, співпрацювати та шукати компромісів щодо погодження питань соціально-трудової сфери. Економічна культура також пов'язана зі створенням власної справи, ризиком, питаннями економічного лідерства, діловою активністю, новаторством. Це є творчий тип економічної поведінки, яка полягає в прагненні людини досягти економічного успіху, самоутвердитись, розкрити свій особистісний потенціал.